

CADAR ONLINE

Atika Budhi Utami

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Falsafah dan Peradaban, Universitas Paramadina, Jakarta,
Indonesia

atika.budhiutami@paramadina.ac.id, atika.budhiutami@gmail.com

Abstrak:

Penelitian akan membahas tentang fenomena menjamurnya komunitas cadar di media online di kalangan perempuan muda Muslim di Indonesia. Eksistensi mereka di media sosial Facebook atau Instagram semakin tinggi. Akun-akun media sosial kelompok bercadar pun semakin marak dan mempunyai banyak followers. Lini masa yang tampil pada akun media sosial *niqabsquadindonesia* beragam mulai dari seminar, pengajian, kegiatan sosial, sampai mode islami. Penelitian ini merupakan kajian literatur dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Subyek penelitian adalah akun media sosial *Niqab Squad*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan sisi positif dan negatif komunitas perempuan bercadar di media sosial. Sisi positif menunjukkan bahwa komunitas cadar online membuka peluang bagi individu bercadar untuk memilih hubungan sosial yang mereka inginkan tanpa kendala waktu, ruang, dan jarak. Sisi negatif menunjukkan bahwa komunitas ini tidak melakukan banyak interaksi dengan para pengikutnya dan tidak memaksimalkan penggunaan media sosial.

Kata kunci: Cadar, komunitas, online, media sosial.

This research discusses about the phenomenon of cadar community on social media within young moslem women in Indonesia. There have been more and more young women wearing cadar or niqab or a cloth covering woman's whole face in the past year. Their existence is also growing as shown in the social media accounts like Facebook and Instagram. Take *niqabsquadindonesia* as an example. This account has got thousands of followers, with various timelines such as Islamic study invitations, Islamic study, social activities, and Islamic fashion. This is a literature study and using qualitative descriptive approach. The subject is social media account *Niqab Squad*. The aim is to describe the pros and cons of cadar online community. Based on the findings, one of the pros of cadar online community is it opens more opportunities to the cadar wearers to choose their own social relations without time, space, distance constraints. On the other hand, this community is not doing much interaction and maximising the use of social media

Key words: Cadar, community, online, social media.

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna media sosial terbesar di dunia. Berdasarkan data per Januari 2018 yang dilansir dari www.wearesocial.com, dari jumlah populasi penduduk Indonesia sebanyak 265,4 juta jiwa, 50% nya atau 132,7 orang merupakan pengguna internet, sementara 130 juta orang atau 49% merupakan pengguna aktif media sosial.

Manusia sejak lahir membutuhkan manusia lain dalam kehidupan sosialnya. Kerja sama dan interaksi sosial merupakan kebutuhan dasar manusia. Interaksi sosial diartikan sebagai proses hubungan antar manusia yang saling mempengaruhi sehingga menghasilkan hubungan tetap dan struktur sosial baru (Alyusi: 2016). Untuk itu terlihat kelompok-kelompok sosial menggunakan teknologi internet melalui media sosial dalam rangka menggalang keanggotaan serta mempromosikan kegiatan mereka secara lebih luas.

Manfaat internet seperti disebutkan oleh Alyusi (2016) antara lain sebagai media komunikasi, media pertukaran data, media untuk mencari informasi atau data, serta komunitas. Manfaat terakhir ini yang disebut komunitas online di mana para anggota dapat saling berbagi pengetahuan, saling berkomunikasi, mencari informasi, bertransaksi bisnis serta bertukar pikiran dan pengalaman.

Sesuai dengan perkembangan media baru yang masif pada dua dekade terakhir, komunitas pengguna cadar pun memanfaatkan media sosial dalam berkomunikasi dengan para anggotanya. Komunitas online pengguna cadar tersebar dengan beberapa nama akun di media sosial Facebook, Instagram, Twitter. Nama-nama akun mereka dibuat menarik serta *catchy* seperti niqab squad, team niqab, cadar indonesia. Fenomena ini bisa ditinjau dari akun-akun tentang perempuan bercadar di media sosial seperti Facebook dan Instagram. Akun niqabsquad menurut Liputan 6 memiliki lonjakan jumlah pengikut dari 150 pengikut di bulan Februari 2017 menjadi 3000 pengikut di bulan Desember 2017. Kenaikan bisa diartikan sebagai semakin berminatnya kaum perempuan muda muslim tentang cadar walaupun belum ada data resmi tentang jumlah total pengguna cadar di Indonesia.

Tinjauan Teoritis

Komunikasi

Book (1980) dalam Cangara (2004: 18) mendefinisikan komunikasi sebagai suatu transaksi proses simbolik yang membentuk hubungan antar manusia dengan saling bertukar

informasi untuk meneguhkan serta berusaha mengubah sikap dan perilaku orang lain.

Untuk itulah diperlukan suatu kesamaan simbol dalam memahami makna sehingga komunikasi dapat berjalan efektif. Simbol dibagi ke dalam simbol verbal dan non verbal. Simbol verbal dinyatakan dalam bahasa lisan maupun tertulis. Simbol non verbal ditunjukkan melalui (1) gerakan badan, (2) gerakan mata, (3) sentuhan, (4) *paralanguage*, (5) diam, (6) postur tubuh, (7) kedekatan dan ruang, (8) artifak dan visualisasi, (9) warna, (10) waktu, (11) bunyi, (12) bau (Cangara, 2004: 101).

Pakaian merupakan bentuk komunikasi dengan simbol nonverbal yaitu artifak dan visualisasi. Menurut Cangara (2004: 109), artifak adalah hasil karya manusia yang melekat menjadi identitas diri maupun estetika dan simbol status sosial. Salah satu artifak ini adalah cadar atau *niqab*.

Cadar atau Niqab

Niqab adalah kata dalam Bahasa Arab untuk cadar. Komunitas pemakai cadar tidak hanya menggunakan kata cadar tetapi juga niqab. Menurut definisi Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), jilbab adalah kerudung lebar yang dipakai wanita muslim untuk menutupi kepala dan leher sampai dada. Cadar menurut KBBI didefinisikan sebagai kain penutup kepala atau muka (bagi perempuan); burkak; niqab.

Kelompok

Mulyana (2000: 74) menyatakan bahwa kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan yang sama, berinteraksi satu sama lain demi mencapai tujuan bersama serta mempunyai ciri khusus yaitu norma dan peran. Soekanto (2002) dalam Bungin (2004: 273) juga menyatakan hal yang sama tentang kelompok yaitu:

Anggota dalam kelompok mempunyai hubungan yang instensif. Karakteristik komunikasi kelompok ada dua yaitu norma dan peran. Norma menurut para sosiolog adalah perilaku-perilaku yang pantas maupun yang tidak pantas untuk dilakukan oleh anggota kelompok. Di dalam norma terdapat tiga kategori yaitu norma sosial, prosedural, dan tugas. Norma sosial mengatur hubungan antara kelompok. Norma prosedural mengatur kelompok harus beroperasi. Peran adalah aspek dinamis dari kedudukan atau status. Jadi jika individu menjalankan hak dan kewajibannya sesuai statusnya maka dia menjalankan perannya. Terdapat tiga bagian peran yaitu peran aktif, peran partisipatif, dan peran pasif.

Penulis berpendapat bahwa fungsi kelompok sosial akan berjalan jika anggota suatu kelompok sosial terikat dengan norma dan peran yang telah disepakati. Individu atau anggota kelompok wajib mengikuti norma yang disetujui pada kelompok sosialnya dan melaksanakan pekerjaan sesuai dengan perannya masing-masing.

Kelompok sosial memiliki beragam fungsi. Fungsi-fungsi yang terdapat pada kelompok sosial meliputi fungsi hubungan sosial, pendidikan, persuasi, pemecahan masalah, dan terapi (Sendjaja: 2002 dalam Bungin, 2006: 274). Fungsi hubungan sosial dimaksudkan bahwa kelompok harus mampu melestarikan hubungan sosial di antara para anggotanya. Fungsi pendidikan menekankan bahwa kelompok dapat memenuhi kebutuhan informasi, melakukan pertukaran pengetahuan kepada para anggotanya. Pada fungsi persuasi, anggota kelompok dapat memberikan pengaruh kepada anggota lainnya untuk melakukan atau tidak melakukan suatu hal. Fungsi pemecahan masalah terjadi di mana salah satu kegiatan kelompok adalah memecahkan suatu masalah serta mengambil sebuah keputusan. Terakhir, fungsi terapi. Sebuah kelompok dapat berfungsi untuk membantu individu lain dalam melakukan perubahan pada kehidupan pribadinya.

Menurut jenisnya, kelompok dapat dibagi dalam tiga jenis yaitu kelompok belajar, kelompok pertumbuhan, dan kelompok pemecahan masalah. (Sendjaja, 2002 dalam Bungin, 2006, 276). Pertama, kelompok belajar. Kelompok belajar bertujuan untuk menambah pengetahuan dan informasi serta kemampuan dan kepercayaan diri. Contoh kelompok yoga, kelompok lari, kelompok tari. Kedua, kelompok pertumbuhan. Kelompok pertumbuhan merupakan kelompok yang kegiatannya untuk membantu pertumbuhan pribadi anggotanya. Kelompok pertumbuhan tidak mempunyai tujuan bersama yang nyata. Contoh kelompok terapi kesehatan atau psikologi. Ketiga, kelompok pemecahan masalah. Kelompok pemecahan masalah dimaksudkan untuk membantu anggota kelompok memecahkan problema melalui diskusi pengalaman anggota kelompok yang lain.

Komunikasi Kelompok

Konsep variabel dalam komunikasi kelompok dibagi 3 (tiga) menurut Goldberg dan Larson (2006, 59) yaitu pertama, variabel tingkah laku yaitu sesuatu yang dikatakan sebagai bentuk tindakan komunikasi terbuka antara lain isyarat, ekspresi wajah, nada suara. Kedua, variabel persepsi yaitu keadaan internal anggota kelompok antara lain kepercayaan dan sikap, keinginan dan perasaan, konsep diri. Ketiga, ciri-ciri kelompok yaitu umpan balik antar

pribadi, tingkat keseringan interaksi kelompok, fase, norma, suasana dan kepemimpinan.

Komunitas Online

Miller (2011) menyatakan bahwa terdapat banyak definisi tentang komunitas di antaranya adalah bahwa komunitas merupakan bentuk yang sangat spesifik tentang kelompok sosial yang terikat dengan tempat dan adanya rasa saling ketergantungan, sedangkan definisi lain tentang komunitas adalah hampir semua bentuk kelompok sosial.

Konsep komunitas sendiri berawal dari gagasan Ferdinand Tonnies (1955) *Gemeinschaft* dan *Gessellschaft* (Miller: 2011). Komunitas diterjemahkan dari *Gemeinschaft* di mana menurut Tonnies seperti dikutip oleh Miller (2011) *gemeinschaft* merupakan 'ide abstrak' yang terjadi pada konteks kecil tatap muka yang berjarak cukup dekat dan terikat dengan sejumlah tingkatan. Tingkatan tersebut antara lain hubungan darah dan kekerabatan, saling ketergantungan dan multi dimensional, ikatan historik pada sebuah tempat. Konsep komunitas ini telah berkembang seiring dengan pertumbuhan Internet di dunia.

Internet telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari keseharian hidup manusia. Pada kehidupannya manusia terlahir untuk berkelompok begitu pun ketika Internet menjadi tumbuh dan berkembang seperti keadaan sekarang, manusia membentuk kelompok-kelompok atau komunitas online. Barney (2004) pada Miller (2011) menyatakan bahwa kemajuan teknologi komunikasi telah mengambil alih ruang-ruang komunitas fisik di mana manusia semakin berjarak dengan lingkungannya.

Menurut penulis, komunitas online didefinisikan sebagai suatu perkumpulan dua orang atau lebih dengan menggunakan media online atau internet dan melakukan komunikasi dua arah serta menghasilkan informasi baru.

Komunitas online terbagi ke dalam empat kategori seperti dikutip oleh Miller (2011) dari Armstrong dan Hegel (2000). Pertama adalah komunitas transaksi. Komunitas transaksi memfasilitasi pertukaran dan jual beli barang dan informasi. Kedua, komunitas hobi di mana para anggotanya bertukar pikiran dan informasi tentang minat atau hobi khusus. Komunitas yang ketiga adalah komunitas fantasi di mana para anggotanya menciptakan lingkungan baru, identitas atau dunia imajinasi. Yang terakhir adalah komunitas relasi atau hubungan. Komunitas ini menitikberatkan pada pengalaman personal dan pemberian dukungan kepada para anggotanya.

Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengkaji fenomena cadar baik di dalam komunitas maupun individu. Penelitian tersebut antara lain:

1. Penelitian tentang komunitas wanita Indonesia bercadar dalam mensosialisasikan jilbab atau cadar. Penelitian dilakukan oleh Rizky Nurul Ambia, UIN Syarif Hidayatullah pada tahun 2016 yang bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi yang dilakukan oleh Komunitas Wanita Indonesia Bercadar. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi.
2. Penelitian tentang peran perempuan bercadar dalam gerakan pemberdayaan. Penelitian dilakukan oleh Umi Latifah, UIN Sunan Kalijaga pada tahun 2017. Penelitian ini merupakan studi kasus Wisma Hilya, komunitas perempuan Yayasan Pendidikan Islam Al Atsari, Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologis dengan teori peran dan pemberdayaan.
3. Penelitian yang dilakukan pada Komunitas Kahf Surabaya oleh Romadhoni Kusnul Khotimah, UIN Sunan Ampel pada tahun 2018. Tujuan penelitian ini adalah untuk mencari pemahaman tentang proses komunikasi yang terjadi pada perempuan bercadar pada komunitas Kahf Surabaya. Penelitian ini menggunakan teori interaksi simbolik.
4. Penelitian oleh Agnes Rachmawati, Universitas Lampung pada tahun 2018 tentang model komunikasi dakwah *Niqab Squad* dalam mengatasi stereotip negatif muslimah bercadar.

Keempat penelitian tersebut tidak membahas tentang komunitas online tetapi tentang komunitas dalam dunia nyata atau offline, sehingga penulis memandang perlu untuk melakukan penelitian tentang komunitas online perempuan bercadar mengingat komunitas cadar online semakin berkembang.

Komunitas online tidak terlepas dari jaringan internet karena dengan perkembangan internet maka lahirlah berbagai aktivitas online. Manfaat internet menurut Quarterman dan Mitchell adalah sebagai media komunikasi, pertukaran data, mencari informasi atau data, dan komunitas (Alyusi, 2016: 28). Sebagai media komunikasi, pengguna internet dapat saling berkomunikasi dengan pengguna lain di berbagai belahan dunia tanpa terkendala ruang dan waktu. Sebagai media pertukaran data, pengguna internet dapat saling mengirim dan menerima data dengan cepat dan dengan harga yang relatif murah. Sebagai media dalam mencari informasi, internet

sangat membantu dengan perkembangan mesin pencari seperti Google, Yahoo Search, Bing, dan lain sebagainya. Terakhir, internet sangat berperan dalam pembentukan komunitas online di mana pengguna dapat bergabung dengan pengguna lain lalu membuat sebuah komunitas atas dasar ketertarikan yang sama terhadap hal tertentu.

Komunitas berasal dari Bahasa Latin *Communitas* yang artinya kesamaan. Orang-orang yang mempunyai kesamaan dalam beberapa hal misalnya kesamaan hobi, kesamaan pekerjaan, kesamaan daerah asal maupun kesamaan yang lain dapat saling berinteraksi dan bertukar informasi dalam sebuah komunitas.

Pada dunia nyata, sebuah komunitas dapat melakukan interaksi dan komunikasi langsung, secara tatap muka. Namun tidak demikian halnya dengan komunitas online. Pada komunitas online, komunikasi tatap muka tetap bisa dilakukan tetapi melalui medium seperti video call. Begitu pun dengan ekspresi wajah, bisa ditampilkan dengan menambahkan karakter-karakter tertentu atau emoji. Para anggota komunitas online bahkan dapat mengikuti seminar online atau yang webinar yang diselenggarakan oleh kalangan tertentu atau pun komunitas itu sendiri sebagai ajang berbagi serta saling bertukar informasi. Komunitas online tidak terkendala oleh ruang dan waktu karena jaringan internet dapat dinikmati kapan saja dan di mana saja.

Segala sesuatu pasti harus ditelaah dari dua sisi, begitu pun dengan komunitas online. Di antara berbagai manfaat yang didapat, komunitas online memiliki sisi positif dan negatif.

Sisi Positif Komunitas Online

Miller (2011) mengemukakan bahwa komunitas online memiliki beberapa sisi positif antara lain:

1. Komunitas berbasis internet atau komunitas online merupakan kompensasi dari berkurangnya komunitas di dunia nyata. *A sense of community* terlihat sudah luntur pada kehidupan masyarakat sehingga terbentuklah komunitas online sebagai penggantinya. *Online communities are seen as a compensation for the supposed failings of the offline world in fostering a sense of community* (Miller: 2011).
2. Komunitas online membuka peluang bagi individu untuk memilih hubungan sosial yang mereka inginkan tanpa kendala waktu, ruang, dan jarak. *Internet technologies liberate individuals from the social, geographical and biological constraints of place and proximity* (Wilson: 1997 dalam Miller: 2011).

3. Komunitas online merupakan komunitas yang lebih relevan dan otentik karena para anggotanya telah sengaja untuk bergabung sesuai dengan pilihan masing-masing tanpa ada kewajiban atau paksaan. Mereka bebas untuk memilih dengan siapa dan melalui cara apa berinteraksi di komunitas online. *Members of online community communities have a kind of freedom of engagement* (Miller: 2011).
4. Komunitas online tidak terikat dengan mobilitas. Para anggota komunitas online dapat dengan mudah berinteraksi pada komunitasnya walau harus berpindah secara fisik dari suatu tempat ke tempat lain. Anggota komunitas online dapat tetap menjadi anggota komunitas walau harus berpindah tempat. *The presence of the person (or person's profile) is within the space of the internet, so the actual physical location of the body becomes much less important when it comes to maintaining communal ties* (Miller: 2011).
5. Komunitas online bertujuan untuk memberikan nilai lebih bagi para anggotanya. Nilai itu berbentuk berkembangnya modal sosial yang nantinya dapat memberi manfaat pengetahuan serta jejaring yang terbentuk. Anggota komunitas online dengan demikian dapat keluar dari keanggotaan online jika sudah meraih apa yang diinginkan. *There is a benefit to them that is evident for the members and if these benefits have been obtained or are no longer needed, a member can leave the group* (Miller: 2011).
6. Komunitas online tidak mempunyai keterbatasan materi dan jumlah anggota. Hal ini mengakibatkan timbulnya rasa solidaritas yang tinggi di dalam komunitas online. Selain itu, komunitas online menjadi lebih terbuka daripada komunitas di dunia nyata. ... *There are potentially limitless number of online communities and these communities can have, in theory, a limitless number of members.* ... (Miller: 2011)

Sisi Negatif Komunitas Online

Internet, seperti yang dinyatakan oleh para ahli terdahulu, dapat mengakibatkan penggunaanya terpisah dari dunia nyata serta lingkungan. Asumsi ini menjadi benar karena waktu yang terpakai untuk mengakses internet dan melakukan kegiatan pada dunia maya merupakan waktu yang 'tercuri' dari waktu yang seharusnya kita habiskan untuk keluarga, teman serta komunitas di dunia nyata (Barlow: 1996; Lockhard: 1997; Nie: 2001 dalam Miller: 2011).

Seperti telah dinyatakan sebelumnya, terbentuknya keanggotaan komunitas online didasarkan

pada pilihan serta keinginan individu sendiri. Hal ini sebenarnya mencerminkan bahwa keputusan ini dipengaruhi oleh berkembangnya paham individualisme. Miller (2011) mengutip Sunstein (2001) berpendapat tentang fakta bahwa individu dapat memilih dengan komunitas apa ia bergabung serta kapan ia dapat meninggalkan komunitas online merupakan antitesis dari kewajiban dan saling ketergantungan yang sejatinya merupakan marwah dari pengertian dari konsep komunitas itu sendiri.

Selain itu, hubungan antar individu pada komunitas online tidaklah rekat. Ketidakrekatan ini lagi-lagi disebabkan oleh adanya kebebasan individu dalam memilih untuk bergabung atau tidak dengan sebuah komunitas online. Menjamurnya komunitas-komunitas online juga merupakan konsekuensi bahwa individu akan meninggalkan suatu komunitas jika keinginannya sudah terpenuhi.

Pembahasan

Komunitas Cadar Online

Komunitas cadar online tidak terlepas dari kelahiran gerakan perempuan Islam terutama di Indonesia. Berdasarkan informasi yang dimuat dalam www.jurnalperempuan.com, organisasi Muslimat NU merupakan gerakan perempuan Islam yang berdiri sebagai bagian dari Nahdlatul Ulama. Muslimat NU lahir pada tahun 1938 di Banten. Gerakan ini didasari oleh pemikiran bahwa kaum perempuan wajib mendapat tuntunan pendidikan ilmu agama seperti halnya kaum laki-laki serta kaum perempuan harus mulai aktif mengembangkan diri dengan berorganisasi di luar lingkungan domestiknya. Muslimat NU memiliki situs resmi www.muslimat-nu.com serta akun media sosial Facebook dengan jumlah pengikut 1.878 orang. Akun media sosial Muslimat NU terlihat tidak terlalu aktif dengan postingan terakhir pada November 2016.

Peralihan dari komunitas offline menuju komunitas online telah diprediksi oleh Giddens (2005) bahwa kehidupan sosial modern terakhir sudah memiliki karakter-karakter waktu, tempat, hubungan sosial, organisasi, dan refleksi hubungan sosial. Daniel Bell (1973) dalam Alyusi (2016) juga telah memperkenalkan istilah masyarakat informasi yang ditandai oleh adanya ekonomi industri dengan basis teknologi informasi. Lebih khusus, masyarakat informasi mempunyai ciri-ciri: (1) masyarakat yang terterpa media massa dan komunikasi global; (2) masyarakat yang sadar dan cukup mendapatkan informasi; (3) masyarakat yang menjadikan informasi sebagai komoditas; (4) masyarakat yang saling berhubungan dalam sistem global;

(5) masyarakat yang mengakses informasi berkecepatan tinggi (Alyusi, 2016: 25).

Secara global, menurut Miller (2011), komunitas online mempunyai beberapa faktor pendorong yaitu: (1) Detradisionalisasi, yang dimaksudkan sebagai bentuk baru tentang konsep komunitas terdahulu di mana telah terjadi transformasi atas tradisi dan kewajiban. Komunitas online menggunakan medium internet di mana keanggotaan tidak bersifat terikat dan tidak terkungkung oleh waktu dan ruang; (2) Pemisahan, di mana terjadi pilihan terbuka untuk berhubungan dengan orang lain tanpa sekat-sekat keterbatasan. Komunitas online memungkinkan para anggotanya untuk memilih bergabung atau berhenti kapan saja serta dapat memilih dengan siapa berinteraksi; (3) Globalisasi, dimaksudkan sebagai paparan terhadap budaya dan pengalaman yang lebih beragam. Komunitas online dapat terbentuk di tempat tertentu dengan anggota dari berbagai belahan dunia sehingga memungkinkan terjadinya pertukaran budaya dan pengalaman di antara anggotanya; (4) Refleksi, berarti individu diberi kebebasan untuk memikirkan kembali siapa dirinya dan ingin menjadi seperti apa nantinya. Dengan bergabung dengan komunitas online, pengetahuan individu menjadi bertambah sehingga tumbuh pula referensi untuk mengembangkan diri; (5) *Imagined community*, yang berarti terdapat dorongan untuk menjalin relasi dengan orang lain di luar lingkungan dirinya melalui media maupun unsur media lain. Komunitas online mendorong anggota untuk membuka diri terhadap orang dan melakukan interaksi baik melalui media online tersebut atau pun offline.

Komunitas cadar online dapat dikategorikan sebagai komunitas hobi karena menghimpun individu-individu yang mempunyai kesamaan minat pada cadar, baik individu sebagai pengguna cadar maupun bukan. Komunitas cadar online juga dapat dimasukkan ke dalam jenis komunitas relasi atau hubungan karena di dalam komunitas cadar online ini terdapat pemberian dan pertukaran informasi serta pemberian dukungan kepada anggota pengguna cadar.

Komunitas cadar online dapat ditemui di beberapa akun media sosial yang terintegrasi seperti Facebook dan Instagram. Komunitas Cadar Indonesia menggunakan platform Facebook dengan postingan berupa dakwah berupa kutipan ayat Al Qur'an atau hadis. Akun Komunitas Cadar Indonesia memiliki sekitar 2.480 pengikut. Komunitas cadar online *Niqab Squad* juga memiliki akun Facebook yang terintegrasi dengan akun Instagram. Jumlah pengikut akun *Niqab Squad* sebanyak 3.900 orang dengan 750 post. Berdasarkan informasi pada laman situs www.niqabsquad.org, *Niqab Squad* merupakan sebuah komunitas untuk menyatukan

muslimah yang bercadar maupun yang belum dalam memperkuat *ukhuwah islamiah* tanpa memandang suku, status sosial, dan ras. *Niqab Squad* berusaha untuk mengubah cara pandang muslimah yang telah memakai cadar untuk berperilaku terbuka dan aktif membuka diri (www.niqabsquad.org).

Akun ini cukup aktif dalam memposting kegiatan sosial dan kemanusiaan seperti mengirim bantuan serta melibatkan relawan medis ke beberapa daerah yang terkena bencana alam di Lombok, Palu, dan Banten. Selain itu, akun ini juga melakukan kegiatan dakwah berupa diskusi yang diposting dan diakses pada Instastory akun instagram. Komunitas cadar online tetap terlihat cukup konsisten dalam memasukkan unsur-unsur dakwah pada akun media sosialnya. Berdasarkan jenisnya, komunitas cadar online terutama *Niqab Squad* termasuk ke dalam kelompok belajar. Komunitas ini memfokuskan postingan pada akun Instagramnya dengan berbagai kutipan materi dakwah yang berisi kutipan-kutipan kitab suci Al Qur'an dan Hadis. Hal ini dapat diartikan bahwa komunitas *Niqab Squad* senantiasa memberi peluang kepada para anggotanya untuk mengembangkan diri.

Tetapi sayangnya proses komunikasi kelompok pada akun *Niqab Squad* maupun akun komunitas cadar lain tidak terlalu tampak terlihat. Interaksi seperti tanya jawab atau sekedar memberi umpan balik hampir tidak pernah muncul sehingga komunikasi kelompok kurang dapat diamati.

Sisi Positif Komunitas Cadar Online

1. Komunitas cadar berbasis internet atau komunitas online merupakan kompensasi dari berkurangnya komunitas di dunia nyata. *Niqab Squad* bermaksud untuk lebih banyak merangkul kaum perempuan yang telah menggunakan cadar agar dapat mengembangkan diri dengan menjalin silaturahmi dengan pengguna cadar lain. Komunitas cadar online *Niqab Squad* mempermudah pengguna cadar untuk menjalin komunikasi dan memperoleh informasi secara cepat tanpa terkendala waktu dan tempat. Bagi pengguna cadar milenial,
2. Komunitas online membuka peluang bagi individu untuk memilih hubungan sosial yang mereka inginkan tanpa kendala waktu, ruang, dan jarak. Keanggotaan *Niqab Squad* yang berjumlah 35 ribu orang (per 16 Januari 2018) berisikan individu yang berasal dari berbagai daerah dan tempat. Interaksi pada akun media sosial tidak terlihat aktif, hanya berisi postingan dakwah, kegiatan sosial dan kemanusiaan serta tentu saja kegiatan keagamaan.
3. Komunitas online merupakan komunitas yang lebih relevan dan otentik karena para

anggotanya telah sengaja untuk bergabung sesuai dengan pilihan masing-masing tanpa ada kewajiban atau paksaan. Keanggotaan pada akun media sosial tidak dipungut bayaran serta tidak ada kewajiban bagi para anggotanya untuk selalu hadir pada acara *offline* yang mereka adakan.

4. Komunitas online tidak terikat dengan mobilitas. Para anggota komunitas online dapat dengan mudah berinteraksi pada komunitasnya walau harus berpindah secara fisik dari suatu tempat ke tempat lain. Anggota *Niqab Squad* berasal dari berbagai wilayah. Kepindahan anggota dari suatu wilayah ke wilayah lain tidak mengakibatkan ia keluar dari komunitas online ini kecuali anggota tersebut menginginkannya.
5. Komunitas online bertujuan untuk memberikan nilai lebih bagi para anggotanya. Nilai lebih yang didapat dari komunitas online *Niqab Squad* adalah para anggota dapat memperkaya ilmu agama dari postingan berisikan ajakan untuk kebaikan dalam hal beragama. Selain itu para anggota dapat memanfaatkan jejaring yang dimiliki oleh *Niqab Squad* sendiri maupun jejaring dari masing-masing anggota.
6. Komunitas online tidak mempunyai keterbatasan materi dan jumlah anggota. Komunitas cadar online tidak hanya didominasi *Niqab Squad*, namun ada puluhan komunitas cadar online yang aktif. Jumlah keanggotaan *Niqab Squad* saat ini memang paling tinggi daripada komunitas online lain seperti *cadarindonesia* yang memiliki 20 ribuan pengikut pada akun Instagramnya.

Sisi Negatif Komunitas Cadar Online

Komunitas cadar online *Niqab Squad* terlihat tidak melakukan banyak interaksi dengan para anggota atau pengikutnya. Hal ini menimbulkan persepsi bahwa akun Instagram ini eksklusif dan tidak cukup kuat dalam mengelola akunnya. Keanggotaan bisa dikatakan tidak rekat di mana para anggotanya tidak memaksimalkan akun media sosial ini. Alih-alih menggunakan akun media sosial untuk menjalin relasi dengan sesama anggota, akun ini lebih digunakan seperti ajang promosi saja. Miller (2011) mengutip pandangan Wellman and Gulia (1996) menyatakan bahwa pada kenyataannya, komunitas online hanya digunakan sebagai penyelamat atau perusak komunitas yang sebenarnya tanpa menyadari bahwa komunitas yang terbentuk merupakan gabungan antara komunitas online dan komunitas pada dunia nyata.

Kesimpulan

Kehidupan manusia saat ini tidak dapat terpisahkan dari internet. Internet telah mengisi keseharian individu. Manusia dapat melakukan interaksi langsung secara tatap muka dengan manusia atau kelompok lain. Begitu pun ia dapat berinteraksi dengan individu lain atau dalam suatu komunitas melalui media internet. Komunitas yang terbentuk di dunia maya tidak serta merta merupakan hasil dari perpanjangan tangan komunitas di dunia nyata. Demikian halnya dengan komunitas online, ia tidaklah begitu saja melahirkan interaksi-interaksi tatap muka langsung. Kembali kepada argumen bahwa individu dapat memilih mengikuti suatu komunitas online berdasarkan kesukaan dan tanpa paksaan. Dengan demikian, maka hubungan yang terjalin pada komunitas online tidaklah rekat serta rapuh karena anggota komunitas online dapat meninggalkan komunitas tersebut sesuka hati.

Komunitas cadar online dapat memberi manfaat lebih bagi para anggotanya dengan cara mengoptimalkan media online dalam hal ini media sosial. Mengingat jumlah pengguna internet di Indonesia yang sangat besar, setengah populasi penduduk Indonesia sendiri, maka ceruk untuk mengembangkan komunitas cadar online masih terbuka. Sarana-sarana komunikasi interaktif hendaknya juga dapat lebih dimaksimalkan.

Daftar Pustaka

Buku

- Alyusi, Shiefti Dyah. 2016. *Media Sosial: Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, Burhan. (2006). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Giddens, Anthony., et all. (2005) *Introduction to Sociology, 5th Edition*. New York: W.W. Norton&Company.
- Goldberg, Alvin. A., Carl E. Larson. (2006). *Komunikasi Kelompok, terj.* Koesdarini Soemiati, Gary R. Jusuf. Jakarta: UI Press.
- Miller, Vincent. (2011). *Understanding Digital Culture*. London: Sage.
- Mulyana, Deddy. (2003). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Situs

<https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-southeast-asia-part-2->

southeast-86866464/34

<https://wearesocial.com/blog/2011/12/social-digital-mobile-indonesia>

<https://www.jurnalperempuan.org/wacana-feminis/kelahiran-muslimat-nu-sebagai-gerakan-perempuan-muslim-di-indonesia>

<https://www.liputan6.com/news/read/3235074/menyingkap-hidup-di-balik-cadar>

<https://niqabsquad.org/tentang-niqab-squad/visi-misi-dan-manfaat/>

<https://www.muslimat-nu.com/>

<https://www.facebook.com/ppmuslimat.nu/>

<https://www.facebook.com/niqabsquadindonesia/>

<https://www.facebook.com/komunitascadar/>

Penelitian

Ambia, Rizky Nurul. (2016). *Strategi Komunikasi Komunitas Wanita Indonesia Bercadar*. Skripsi, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi. UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.

Khotimah, Romadhoni Kusnul. (2018). *Komunikasi Perempuan Bercadar di Komunitas Kahf Surabaya*. Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi. UIN Sunan Ampel, Surabaya.

Latifah, Umi. (2018). *Perempuan Bercadar dalam Gerakan Pemberdayaan*. Skripsi, Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam. UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

Rachmawati, Agnes. (2018). *Analisis Model Komunikasi Dakwah Niqab Squad dalam Mengatasi Stereotip Negatif*. Skripsi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung, Lampung

Biografi Singkat

Atika Budhi Utami merupakan pengajar Ilmu Komunikasi di Universitas Paramadina. Mata kuliah yang diampu antara lain Komunikasi Antarpribadi, Komunikasi Organisasi, Riset Sosial, Relasi Media, Bahasa Inggris serta Manajemen Isu dan Krisis. Berpengalaman selama lebih dari lima belas tahun di bidang pengajaran dan manajemen ELT (English Language Teaching), Atika mendapatkan sertifikat CELTA (Certificate in Teaching English to Speakers of Other Languages) dari Cambridge English Assessment pada tahun 2010. Atika menyelesaikan pendidikan masternya di Paramadina Graduate School of Communications pada tahun 2017. Penelitian yang menjadi minat utamanya adalah gender, keislaman, dan komunitas, etika, dan media sosial.